

ABSTRAK

Segmentasi Pelanggan (*Customer Segmentation*) merupakan salah satu fungsi *data mining* dalam mendukung proses manajemen *customer*. Segmentasi pelanggan ini bertujuan untuk membangun profil pelanggan berdasarkan pola transaksi yang telah dilakukan. Profil pelanggan yang terbentuk merupakan profil yang menunjukkan tingkat potensial dari pelanggan tersebut. Tingkat potensial pelanggan dari potensial tertinggi sampai terendah digambarkan melalui label yaitu *Superstar*, *Golden*, *Everyday*, *Occational* dan *Dormant*. Aplikasi yang dibangun dalam proyek akhir ini memanfaatkan dua metode data mining yaitu *clustering* dan *segmentasi*. Metode *clustering* menggunakan algoritma *Fuzzy C-Means* sedangkan *segmentasi* menggunakan model Fuzzy RFM (*Recency*, *Frequency*, *Monetary*). Hasil dari *clustering* akan digunakan dalam proses *segmentasi* untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Aplikasi ini dibangun dengan bahasa pemrograman *Java* dengan *database MySQL*. Dari hasil *mining*, diharapkan data dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam proses identifikasi pelanggan dan juga sebagai alternatif penentuan strategi marketing selanjutnya.

Kata Kunci: *Data Mining*, *Customer Segmentation*, *Fuzzy C-Means Clustering*, *Fuzzy RFM*